

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian mengenai pengaruh inovasi menu terhadap kepuasan konsumen di McDonald's Kota Bandung dengan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif dan teknik regresi, menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi menu yang dilakukan McDonald's Kota Bandung berpengaruh sebesar 79%. Skor tersebut dapat dibuktikan melalui garis kontinum yang menunjukkan bahwa inovasi menu yang dilakukan McDonald's berada dikategori baik.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen yang dilakukan McDonald's Kota Bandung berpengaruh 78%. Skor tersebut dapat dibuktikan melalui garis kontinum yang menunjukkan bahwa inovasi menu yang dilakukan McDonald's berada dikategori baik.
3. Mengacu kepada hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa inovasi menu memiliki pengaruh signifikan sebesar 77,1% terhadap kepuasan konsumen di McDonald's Kota Bandung.

5.2 Saran

Penelitian yang dilakukan oleh penulis menghasilkan kesimpulan secara umum bahwa McDonald's perlu memperbaiki kualitas menu yang diinovasi. Mengacu kepada hasil penelitian yang dilakukan, penulis merekomendasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Penamaan untuk menu yang diinovasi harus sesuai dengan penyajian menu tersebut, pihak McDonald's perlu melakukan sebuah penelitian atau persiapan sebelum memberikan nama menu seperti mencocokkan antara nama yang unik, arti dari nama tersebut, dengan menu yang akan disajikan sehingga terjadi kesesuaian antara nama menu, rasa menu, dengan persepsi yang diinginkan agar tidak menyebabkan kesalahpahaman pada konsumen yang dapat menyebabkan persepsi negatif terhadap kualitas rasa dari inovasi menu makanan yang ditawarkan McDonald's dan tercapainya kepuasan konsumen. Sejalan dengan pernyataan (Tjiptono, 2012) bahwa produk atau jasa

secara detail seperti efektivitas pelayanan, fasilitas pembayaran, dan keramahan karyawan secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. McDonald's perlu memperbaiki kesesuaian harga dengan porsi dari menu inovasi yang disajikan, tentu saja tanpa mengurangi kualitas dari produk yang ditawarkan akan tetapi perbaikan yang dilakukan dapat dilakukan dengan cara menyesuaikan besar atau kecilnya penyajian produk atau dapat dikatakan kuantitas dari produk dengan harga yang ditawarkan agar konsumen merasa porsi yang didapatkan sesuai dengan harga yang dibayarkan. Sejalan dengan pemaparan (Tjiptono, 2012) bahwa estetika adalah salah satu pesona yang harus dimiliki produk meliputi panca indera, seperti bentuk penyajian yang menarik, kualitas rasa yang didapatkan, kesesuaian nama dengan menu yang disajikan dan sebagainya. Maka McDonald's perlu melakukan evaluasi bahwasannya inovasi menu memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen, namun tentu saja perlu dilakukan perbaikan-perbaikan agar mencapai tujuan yang diinginkan.
3. Seluruh hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa inovasi menu yang dilakukan McDonald's berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga McDonald's diharuskan untuk mampu meningkatkan aspek yang memiliki nilai ketidakpuasan yang tinggi, mengembangkannya, dan mempertahankan aspek yang sudah memenuhi kepuasan konsumen. Perbaikan yang dapat dilakukan dapat melingkupi aspek kualitas rasa produk, kuantitas produk, harga produk, maupun penamaan produk yang ditawarkan agar dapat memaksimalkan potensi baik dalam setiap inovasi yang ditawarkan sehingga aspek yang menjadi ketidakpuasan tidak akan terulang dikemudian hari. Meskipun sudah memiliki lembaga survey tersendiri, McDonald's disarankan lebih terbuka dalam menyikapi permintaan untuk melakukan sebuah penelitian, karena penemuan-penemuan yang ditemukan peneliti dapat menambah wawasan dan memperkaya pengetahuan McDonald's dan memberikan keuntungan bagi McDonald's dalam mengetahui pembaharuan persepsi yang dirasakan oleh konsumen baik sisi negatif yang dapat dijadikan acuan untuk menjadi lebih baik lagi maupun sisi positif yang dapat dipertahankan dan dikembangkan agar menjadi restoran cepat saji yang dapat unggul bersaing dengan kompetitornya dan menjadi salah satu pilihan terbaik untuk wisatawan maupun masyarakat sebagai sebuah pilihan destinasi wisata kuliner. McDonald's sering menawarkan menu baru yang memadukan antara cita rasa khas kebarat-baran atau *western* dengan menu-menu khas nusantara seperti paket ayam krispi dengan nasi uduk

dan ditambah sambal terasi, burger dengan tambahan saun rendang, *rice bowl* dengan sambal rica-cira dan sebagainya, dengan harapan ini menjadi sebuah inovasi yang menjadi gagasan atau ide baru bagi para pelaku usaha bisnis baru dalam menciptakan menu yang akan ditawarkan.